

PENAMBAHAN VARIAN RASA PRODUK KOLANG-KALING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NILAI JUAL

Herman Sjahrudin¹, Abdul Rajab², Nurlaely Razak³, Muhammad Khadafi Satriadi⁴, Annisa Nur Insyani⁵, Anwar⁶, Aswar⁷

^{1,2,3,4,5,6}) Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

⁷) Program Studi Psikologi, Universitas Indonesia Timur

e-mail: herman.sjahrudin@stiem-bongaya.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan nilai jual dari produk Kolang-kaling melalui estimasi biaya yang dibutuhkan dalam satu kali produksi dan juga menghitung pendapatan dari hasil penjualan dalam satu kali produksi. Pelaksanaan aktivitas ini menggunakan program kemitraan antara civitas akademika dengan warga masyarakat Desa Timbuseng Kecamatan Pattallassang Kabupaten Gowa. Metode dari kegiatan ini ada beberapa tahap yaitu observasi, praktek pemberian rasa dan warna, sosialisasi, analisis nilai tambah dan analisis efisiensi usaha. Proses pengabdian masyarakat ini menghasilkan beberapa penjelasan yaitu besar biaya yang dibutuhkan dalam satu kali produksi sebanyak Rp. 107.500,00- dengan hasil perolehan penjualan sebesar Rp. 200.000,00- sehingga menghasilkan pendapatan sebanyak Rp 92.500,00- dengan persentase ratio nilai tambah sebesar 53%. Proses pemasaran dari produk ini dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti pada Instagram yang bertujuan untuk dikenal oleh masyarakat luas. Kegiatan ini merekomendasikan kepada masyarakat Desa Timbuseng untuk menjual Kolang-kaling sesuai dengan hasil kemitraan yang dilakukan dengan memberikan varian rasa dan warna yang lebih menarik sehingga memberikan nilai lebih terhadap produk ini.

Kata kunci: Biaya, Desa Timbuseng Kolang-Kaling, Pendapatan

Abstract

This community service is carried out with the aim of increasing the selling value of Kolang-kaling products by estimating the costs needed in one production and also calculating the income from sales in one production. The implementation of this activity uses a partnership program between the academic community and residents of Timbuseng Village, Pattallassang District, Gowa Regency. The method of this activity consists of several stages, namely observation, practice of giving flavors and colors, socialization, analysis of added value and analysis of business efficiency. This community service process produces several explanations, namely the cost required in one production is Rp. 107,500.00 - with sales proceeds of Rp. 200,000.00 - resulting in revenue of IDR 92,500.00 - with a value added ratio of 53%. The marketing process of this product is carried out by utilizing social media such as Instagram which aims to be known by the wider community. This activity recommended that the Timbuseng Village community sell Kolang-kaling in accordance with the results of the partnership by providing more attractive flavors and colors so as to provide more value to this product.

Keywords: Cost, income, Timbuseng village

PENDAHULUAN

Desa Timbuseng terletak di Sulawesi Selatan, Kabupaten Gowa, Kecamatan Pattallassang. Desa ini terletak ± 3 km sebelah selatan dari ibu kota kecamatan patallasang, ± 15 km dari ibukota kabupaten dan ± 25 km dari ibukota provinsi. Di sebelah utara desa ini berbatasan dengan desa Pattallassang di sebelah utara, di sebelah selatan berbatasan dengan desa Pakatto, di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Parangloe dan di sebelah barat berbatasan dengan kecamatan Bontomarannu. Terdapat 6 dusun di desa ini yaitu dusun Tamalate, Koccikang, Bollangi, Parrusui, Balangpapa, Palembang. Jumlah penduduk di desa Timbuseng sebanyak 3.760 orang yang terdiri dari 1.935 Laki-Laki dan 1.825 Perempuan. Mayoritas penduduk di wilayah desa ini memeluk agama Islam. Luas desa ini ± 2062 hektar dengan jalur sebagian besar pegunungan yang tingginya 25-300 meter di atas permukaan laut. Wilayah di desa ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu wilayah dengan dataran rendah (Dusun Tamalate dan Dusun Koccikang) dan wilayah dengan dataran tinggi (Dusun Bollangi, Parrusui, Balangpapa dan Dusun Palembang).

Sebagian besar dusun yang berada di desa ini terletak di dataran tinggi dan memiliki lahan yang luas sehingga masyarakat setempat memanfaatkan lahan tersebut untuk kegiatan berkebun dan bertani. Terdapat beberapa sumberdaya alam yang tersedia di desa Timbuseng diantaranya Tanaman Jagung merah, Tanaman Singkong, Pohon Aren dan Buah Sukun, diantara beberapa sumberdaya alam tersebut yang masih rendah pemanfaatannya oleh warga masyarakat desa, yaitu Pohon Aren. Masyarakat desa dalam mengelola Pohon Aren hanya mengelolanya menjadi Gula Aren semata yang membutuhkan biaya produksi cukup besar dan memakan waktu yang relatif lama. Hal ini memberikan motivasi dilaksanakannya pengabdian ini untuk meningkatkan utilitas Pohon Aren tidak hanya sebatas penciptaan Gula Aren semata namun mengolahnya menjadi buah Kolang - kaling dengan menambahkan varian rasa seperti *coco pandan* yang saat ini masih sulit dijumpai pada beberapa wilayah sekitar Desa Timbuseng. Produk Kolang-Kaling dapat ditingkatkan utilitasnya menjadi bahan makanan yang lebih beragam dan dengan mengolah Kollafsa Jam (rasa kolang-kaling) dengan kombinasi buah naga, nanas dan coklat yang banyak diminati oleh semua kalangan. Melalui penambahan varian rasa pada Kolang - kaling maka diharapkan Meningkatkan inovasi dan kreativitas para pengusaha Kolang-Kaling (Sugandi et al., 2020).

Buah Kolang-Kaling berasal dari pohon Aren. Aren atau enau (*Arenga pinnata*) adalah palem yang besar dan tingginya mencapai 25 m. Batang utama berdiameter 65 cm, kuat dan dilapisi ijuk hitam yang disebut ijupuku. Daunnya majemuk menyirip, seperti daun palem, panjangnya mencapai 5 m, dengan tangkai daun hingga 1,5 m. Selebaran adalah pita bergelombang, berukuran hingga 7 x 145 cm, hijau tua di atas dan keputihan di bawah karena lapisan lilin. Gula aren dapat digunakan sebagai gula, dan pati menjadi tepung aren dan inti sawit, buah dari tumbuhan ini biasa disebut dengan kolang - kaling, yang dapat dibuat menjadi campuran es krim atau kolak dan produk turunan lainnya (Yuniarti, 2020).

Pohon Aren ini istimewa karena mulai dari akar hingga daunnya memiliki fungsi yang berbeda dan bermanfaat bagi manusia. Adapun fungsinya menurut (Mulyanie & Romdani, 2018), yaitu : (1) daunnya dapat dibuat atap dan sapu lidi, (2) ijuk, bisa dibuat sapu ijuk dan saringan pipa sumur bor, (3) air dari pohon aren bisah digunakan sebagai bahan baku gula aren, bahan baku cuka, bahan baku tuak, bahan baku pengembang roti, (4) buah pohon aren/kolang kaling dapat digunakan sebagai manisan kolang-kaling aneka rasa, bahan campuran es buah, salad buah, (5) batang pohon aren memiliki fungsi yaitu bisa dibuat papan, isi batang bisa menghasilkan tepung sebagai bahan baku mie putih atau bihun, (6) akarnya berfungsi sebagai bahan baku kerajina tangan, obat luka, dan juga berfungsi menanggulangi erosi.

Pohon aren menghasilkan buah yang disebut dengan Kolang-kaling, terdapat beberapa manfaat dari buah Kolang - kaling ini, diantaranya seratnya yang masuk kedalam tubuh dapat mengawali proses buang air besar secara teratur yang membantu mencegah kegemukan (obesitas), penyakit jantung koroner, kanker usus besar, dan diabetes. perasaan dan menekan nafsu makan dan nafsu makan. Buah Kolang - kaling juga mengandung senyawa hidrokoloid yaitu polisakarida galaktomanan yang mengandung senyawa hidrokoloid alami. Hidrokoloid dapat berupa protein (kolagen, gelatin, protein kedelai, zein jagung, gluten gandum) atau polisakarida dan turunannya (Aliputty et al., 2020).

Kolang - kaling juga bermanfaat untuk para lansia yang mengalami penyakit nyeri. Lansia yang mengkonsumsi Kolang - kaling secara teratur selama tujuh hari berturut-turut dapat membantu lansia mengurangi tingkat nyeri dan kembali beraktivitas normal. Mereka juga menemukan bahwa lansia yang berada pada status nyeri sedang setelah diberikan Kolang-Kaling untuk dikonsumsi selama 7 hari berturut-turut dapat menurunkan status nyeri menjadi ringan (Yolanda & Febriyanti, 2021). Manfaat lain dari Kolang-Kaling adalah memperkuat tulang karena dalam 100 gram Kolang-Kaling mengandung 91 gram kalsium yang dibutuhkan untuk tulang, memperlancar pencernaan karena buah Kolang-Kaling memiliki banyak serat, mengatasi radang sendi karena buah Kolang-Kaling mengandung galaktomanan yang bisa meredakan nyeri sendi (Nugrahini, 2018).

Seiring berjalannya waktu pemanfaatan pohon aren untuk di ambil buahnya oleh masyarakat mulai meningkat dengan berbagai tujuan yang berbeda beda. Namun belum banyak perhatian oleh pihak pihak berkepentingan untuk membantu proses pengelolaannya. Pengembangan potensi kolang-kaling di kawasan Desa Timbuseng masih dapat ditingkatkan dengan penanganan dan pengelolaan yang baik. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu meningkatkan ekonomi masyarakat

dengan mengaplikasikan teknologi untuk pemasaran dan juga peningkatan nilai jual dengan memberikan variasi rasa terhadap Kolang - kaling.

METODE

Pengabdian masyarakat ini merupakan program kemitraan dengan warga desa (pemilik lahan pohon aren) yang pelaksanaannya dilakukan selama \pm 90 hari (tiga bulan). Adapun beberapa tahapan dalam melaksanakan kegiatan ini, yaitu :

- a. Observasi dan wawancara. Tahapan ini merupakan tahapan pertama untuk memperoleh dan mengumpulkan segala informasi mengenai dengan cara mengamati keadaan sekitar mengenai sumberdaya alam yang tersedia dan bisa dimanfaatkan dan dikembangkan untuk memajukan ekonomi. Wawancara dilakukan kepada beberapa warga di Desa Timbuseng.
- b. Praktek pemberian varian rasa terhadap Kolang - kaling guna meningkatkan nilai jual.
- c. Sosialisasi. Pada tahapan ini produk yang telah di olah sebelumnya akan diperkenalkan kepada beberapa warga, mulai dari proses pembuatan, pengemasan, sampai dengan proses pemasaran.

Praktek pemberian varian rasa menggunakan beberapa peralatan dan bahan yang dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Panci
2. Pisau
3. Kompor
4. Sendok
5. Baskom/wadah
6. Kolang-Kaling sebanyak 5 liter
7. Sirup *marjan* rasa *coco pandan*
8. Pewarna makanan
9. Gula pasir
10. Daun pandan 6 lembar
11. Daun jeruk 4 lembar
12. Daun salam 4 lembar
13. *Standing pouch*
14. Stiker logo

Praktek tersebut bertujuan untuk meningkatkan utilitas (nilai tambah) dari Kolang – kaling, hal disebabkan karena kolang- kaling dapat ditingkatkan kegunaannya oleh warga sebagai suatu komoditas baru. Konsep komoditi itu sendiri didasarkan pada nilai tambah yang maksimal, sehingga semakin besar nilai tambah yang dicapai maka semakin baik proses industri secara keseluruhan (Aji et al., 2017). Pada tahapan ini bertujuan untuk mengetahui berapa nilai tambah varian Kolang-Kaling. Selanjutnya dilakukan analisis efisiensi usaha melalui *Revenue Cost Ratio (R/C Ratio)* yang dilakukan dengan membandingkan penerimaan dengan biaya produksi. Penerimaan adalah hasil kali harga dan jumlah produk yang terjual, sedangkan biaya produksi adalah jumlah seluruh biaya yang digunakan dalam satu kali produksi Kolang-Kaling dengan warna dan rasa yang menarik yang terdiri dengan biaya tetap dan biaya variabel. Formulasi untuk menghitung efisiensi usaha yaitu $R/C = Total Revenue/Total Costs$ (Hamid & Zubair, 2019; Sjahrudin et al, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan observasi merupakan tahapan awal untuk mengidentifikasi sumberdaya alam apa yang bisah dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian di desa Timbuseng. Kegiatan ini dilaksanakan dengan memakan waktu kurang lebih sepekan, yang dilakukan dengan berkeliling di seluruh wilayah Desa Timbuseng sambil mengamati daerah sekitar. Selain melakukan pengamatan, kami juga mewawancarai beberapa warga yang ada di Desa Timbuseng untuk mendapatkan beberapa informasi tambahan. Adapun hasil dari observasi yang kami lakukan yaitu ditemukan sumberdaya alam berupa Pohon Aren yang buahnya kami rasa bisah di tingkatkan dengan pengelolaan yang lebih baik lagi. Buah dari pohon Aren ini yaitu buah Kolang-Kaling yang warga manfaatkan dengan menjualnya langsung kepada konsumen dengan bentuk dan rasa yang original dengan keuntungan yang sangat minim.

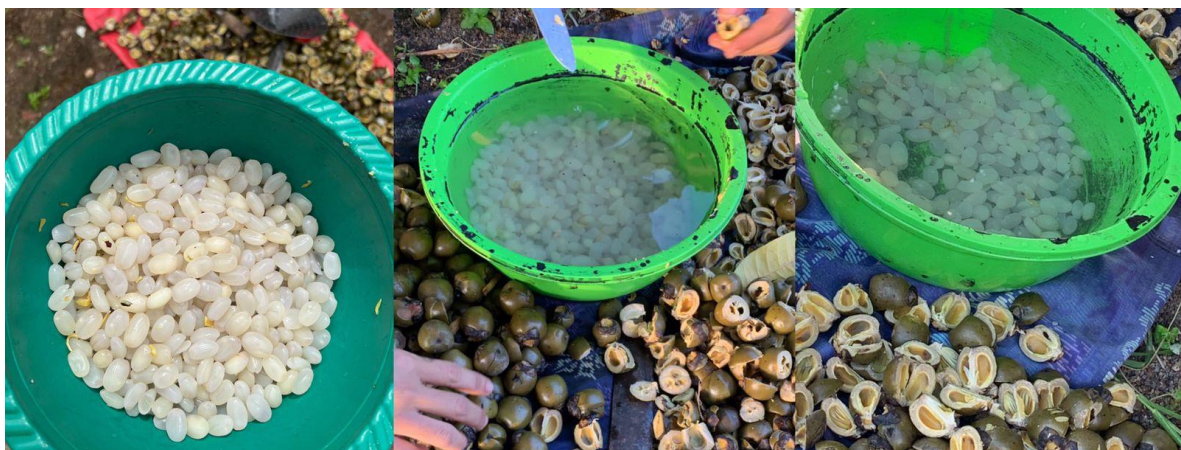
Berdasarkan pengamatan dan wawancara, maka kelompok pengabdian dengan masyarakat selaku mitra mencoba memberikan rasa dan warna yang lebih menarik sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan pemasaran dari produk Kolang - kaling ini.

Langkah pertama yang dilakukan untuk perebusan ini adalah mengambil buah Kolang - kaling dari pohonnya, setelah itu buah Kolang - kaling dimasukkan kedalam panci lalu diisi air sampai penuh, proses perebusan dilakukan dengan menggunakan panci berukuran besar yang kemudian ditempatkan pada tungku kayu api. Selama proses perebusan terjadi, tidak lupa untuk melakukan pengecekan sambil mengaduk Kolang-kaling agar masak secara merata. Proses perebusan ini memakan waktu sekitar ± 20 menit, proses ini dilakukan hingga buahnya berubah warna menjadi sedikit kecoklatan dan teksturnya menjadi sedikit lebih lembek dari sebelumnya sehingga mempermudah dalam proses pengupasan. Kegiatan ini kami sajikan pada Gambar berikut:



Gambar 1. Perebusan Kolang-Kaling

Setelah proses perebusan Kolang - kaling telah selesai, maka buah Kolang - Kaling didiamkan selama ± 10 menit hingga sedikit dingin. Proses selanjutnya adalah buah Kolang - kaling dipisahkan dari kulitnya dengan cara mengupasnya menggunakan pisau secara satu per satu kemudian memindahkannya kedalam wadah yang bersih. Cara memotong Kolang-Kaling ini adalah dengan memperhatikan garis-garis yang terdapat pada kulit atau bagian luar dari buah ini. Proses ini memakan waktu yang sedikit lama karena dilakukan secara hati - hati untuk menghindari cedera dari irisan pisau. Setelah semua buah Kolang - kaling telah dikupas, maka langkah selanjutnya adalah mencuci buah Kolang - kaling menggunakan air bersih, untuk itu diperlihatkan pada Gambar berikut:



Gambar 2. Pengupasan

Setelah Kolang-Kaling di cuci bersih maka langkah berikutnya adalah merebus Kolang-Kaling untuk menghilangkan bau. Adapun alat dan bahan yang disiapkan adalah panci perebusan, daun pandan 4 lembar, daun salam 4 lembar, daun jeruk 4 lembar dan Kolang-Kaling sebanyak 5 liter. Langkah pertama adalah memasukkan Kolang-Kaling dan air bersih kedalam panci, kemudian

menambahkan daun salam, daun jeruk, dan pandan sebanyak 4 lembar, kemudian menyalakan kompor untuk memulai perebusan. Perebusan ini dilakukan selama \pm 15 menit hingga kolang - kaling aromanya menjadi tidak berbau lagi.



Gambar 3. Proses memasak untuk menghilangkan bau dan pelembutan tekstur

Setelah proses menghilangkan bau dan melembutkan tekstur dari Kolang-Kaling selesai, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah merebus kembali Kolang-Kaling untuk memberikan warna serta rasa. Alat dan bahan yang digunakan adalah panci, daun pandan, gula pasir, sirup dan pewarna makanan.

Langkah yang pertama adalah memasukkan air kedalam panci kemudian memberikan gula pasir sebanyak 3 sendok teh dan diaduk rata. Setelah gula telah larut, maka langkah selanjutnya adalah memasukkan Kolang-Kaling kedalam panci. Langkah berikutnya adalah menambahkan daun pandan sebanyak 2 lembar untuk menambah sedap rasa, kemudian memberikan sirup marjan 2 sendok sayur dan dua tetes pewarna makanan. Rasa dan warna yang diberikan pada Kolang-Kaling sesuai selera, pada kesempatan ini kami menggunakan rasa *cocopandan* dan pewarna makanan yang berwarna merah. Perebusan ini dilakukan selama \pm 15 menit hingga Kolang-Kaling berubah warna menjadi merah.



Gambar 4. Pemberian rasa dan warna

Setelah proses perebusan buah Kolang-Kaling selesai, selanjutnya memasuki tahap pengemasan. Dari hasil observasi kami sebelumnya, produk ini hanya dikemas dengan cara yang menurut kami sudah biasa dan banyak dilakukan oleh pedagang Kolang-kaling lainnya. Kolang-Kaling yang dijual hanya dimasukkan kedalam kantong plastik biasa dan di berikan kepada konsumen. Melalui PkM ini dilakukan perubahan kemasan dari produk Kolang - kaling ini, yang sebelumnya warga hanya memetik kemudian memasukkannya kedalam kantong kresek kemudian menjualnya,

namun dalam PkM ini kemasan Kolang – kaling yang telah diberikan varian rasa kemudian dikemas kedalam plastik *standing pouch* dengan ukuran 12 x 20 cm. tidak hanya perubahan kemasan, tetapi kami juga menambahkan stiker logo dibagian depan dan juga belakang dari produk ini. Tampak depan dari kemasan Kolang-Kaling ditampilkan logo dengan bentuk lingkaran dan nama produk serta lokasi dari pembuatan produk ini. Adapun tampak belakang dari produk ini, kami menampilkan stiker berbentuk persegi yang berisi tujuh manfaat mengonsumsi buah Kolang-Kaling. Alasan penggunaan kemasan dari plastik *standing pouch* agar konsumen lebih leluasa dalam membuka dan menutup kembali Kolang - kaling. Kemasan *standing pouch* berbentuk vertikal dan berdiri sendiri saat diletakkan, sehingga memiliki daya tarik yang unik dibandingkan plastik biasa yang tidak bisa berdiri sendiri (Harisudin et al., 2020).



Gambar 5. Produk jadi

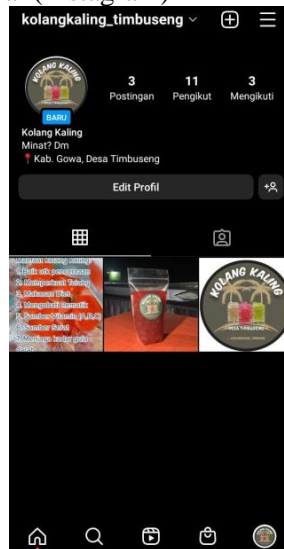
Gambar diatas menunjukkan logo yang merupakan identitas, penggunaan logo menjadi penting untuk memperkenalkan merek anda kepada konsumen di pasar. Saat ini logo banyak digunakan masyarakat luas sebagai simbol orang atau lembaga. Logo tidak berfungsi untuk dijual, logo hanya mengidentifikasi dirinya sendiri entitas tertentu, tetapi logonya adalah titik awal untuk mendeteksi identitas dari suatu produk atau jasa. Idealnya sebuah produk harus memiliki logo untuk dapat meningkatkan peluang dalam menarik minat konsumen untuk membeli atau menggunakan produk tersebut (Said, 2015).



Gambar 6. Logo dan stiker manfaat

Setelah produk dari Kolang-Kaling telah dikemas, maka selanjutnya adalah proses pemasaran. Proses ini juga merupakan suatu langkah yang penting dalam sebuah perusahaan. Kami memanfaatkan sosial media untuk melakukan pemasaran produk ini. Kami membuat akun Instagram

ini untuk membantu dalam proses pemasaran seperti menyebar luaskan informasi tentang produk ini dan menerima pesanan dari media sosial (Instagram)



Gambar 7. Akun Instagram

Pada proses pemasaran terkadang dibutuhkan beberapa tenaga kerja untuk membuat pemasaran ini lebih efektif, seperti seorang sales. Pekerjaan ini dilakukan dengan memperkenalkan secara langsung suatu produk ke orang lain. Pemasar adalah sarana utama yang digunakan perusahaan untuk terhubung dengan konsumen atau menjadi ujung tombak bisnis perusahaan. Tentu saja, kegiatan pemasaran barang dan jasa berbeda dalam penggunaannya. Secara tradisional, produk komoditas sering diiklankan di media, sementara jasa secara etis dan moral relatif jarang diiklankan secara publik (Hamid, 2019).

Data Media Sosial dapat digunakan sebagai bahan untuk menganalisis dan mendukung penggunaan media sosial serta untuk membantu pengembangan pemasaran, implementasi, peninjauan, dan evaluasi. Data media sosial benar-benar dapat membantu pemasaran untuk menemukan pengaruh dan reaksi positif terhadap sesuatu yang diberikan pelanggan melalui media sosial (Alfajri et al., 2019; Sari, 2020). Produk sudah jadi dan sudah siap dipasarkan. Kegiatan selanjutnya yaitu memperkenalkan produk ini ke warga untuk, mulai dari proses pengelolaan hingga ke proses pemasarannya.

Pemberian rasa dan warna terhadap Kolang-Kaling memberikan tambahan skill kepada warga di desa Timbuseng. Modal yang perlukan relatif murah dan kemasan dari plastik standind pouch sehingga ada peluang peningkatan nilai tambah yang ingin dari proses pemberian rasa dan warna terhadap produk Kolang-Kaling. Nilai tambah yang dihasilkan dari suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pasokan bahan baku, proses pengelolaan produksi, tingkatan teknologi yang digunakan, kualitas sumber daya manusia, kelembagaan pasar, dan juga faktor lingkungan. Faktor tersebut bisah mempengaruhi nilai tambah dari suatu produk. Misalnya apabila kualitas tenaga kerja belum maksimal, maka proses produksi akan mengalami hambatan dan tidak berjalan efektif.

Untuk 1 kali proses produksi Kolang-Kaling menghasilkan 20 kemasan dari 5 liter Kolang-Kaling. Harga Kolang - kaling per kemasan adalah Rp. 10.000,-/pcs sehingga pendapatan yang diperoleh sebesar Rp. 200.000,- dalam satu kali produksi. Biaya produksi yang dikeluarkan dalam satu kali pengolahan sebesar Rp. 107.500,- yang terdiri dari Kolang - kaling, kemasan dan stiker logo kemasan. Selisih biaya produksi dengan pendapatan sebesar Rp. 92.500,- yang merupakan nilai tambah dari Kolang - kaling. Rasio nilai tambah didapatkan dengan cara membagi nilai tambah dengan nilai output. Rasio nilai tambah merupakan persentase nilai tambah terhadap nilai output (Aji, 2018).

Hasil tersebut dapat dijelaskan melalui Perhitungan nilai tambah secara matemati yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

Nilai Tambah = Nilai produk akhir – Biaya produksi
= Rp. 200.000 – Rp. 107.500
Nilai Tambah = Rp. 92.500
Ratio Nilai Tambah = 53 %

Efisiensi Usaha Kolang-Kaling
R/C Ratio = TR/TC
= Rp. 200.000 / Rp. 107.500
= 1,86

Nilai tersebut membuktikan bahwa jika R/C lebih besar dari 1 maka usaha dari Produk Kolang-Kaling ini dapat menguntungkan untuk diusahakan. Dari hasil analisis nilai tambah dan juga efisiensi usaha menunjukkan bahwa produk Kolang-Kaling dengan rasa dan warna yang menarik dapat mengakibatkan munculnya peluang usaha bagi masyarakat desa, sehingga dapat membantu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat memberikan manfaat lebih kepada warga desa, karena dengan kegiatan ini warga desa yang tadinya menjual Kolang – kaling secara tradisional, melalui aktivitas ini masyarakat desa dapat memperoleh pengetahuan yang lebih baik dari sisi proses produksi maupun dari konteks pemasaran produk jadi. Produk Kolang - kaling dapat memberikan kemajuan ekonomi terhadap masyarakat Desa Timbuseng karena dengan menggunakan biaya produksi yang ekonomis maka keuntungan yang diperoleh hampir 2 kali lipat dari modal produksi. Pengenalan sosial media (Instagram) kepada masyarakat berdampak pada antusias masyarakat untuk melakukan pemasaran dengan cara yang lebih tepat karena biaya pemasaran yang digunakan sangat kecil (hanya diperlukan kemampuan untuk mendesain logo dan kemasan) sehingga pemasaran yang dilakukan dapat memiliki jangkauan pemasaran yang sangat luasa. Hasil analisis efisiensi usaha menunjukkan bahwa produk Kolang-Kaling ini sangat menjanjikan untuk digunakan sebagai produk penopang ekonomi masyarakat desa terbukti dengan keuntungan yang dapat diperoleh masyarakat Desa Timbuseng

SARAN

Salah satu keterbatasan warga desa yaitu kemampuan mengakses informasi terkait produk turunan dari Kolang – kaling sehingga direkomendasi kepada masyarakat desa untuk senantiasa mengakses chanel YouTube sehingga mereka memiliki pengetahuan yang lebih dalam memproduksi produk turunan Kolang – kaling atau sejenisnya. Hal ini dipandang penting untuk mengantisipasi penurunan selera konsumen akan produk Kolang – kaling dengan varian rasa *cocopandan*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih diberikan kepada Kepala Desa Timbuseng Bapak H. Rabaking dan Pak Arman Armedi selaku Kepala Dusun balangpapa beserta rekan – rekan pelaku Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Aditya Kurniawan, Muhammad Rivaldy chair, Andi Nur Hidayat, Muhammad Azzah Risquallah HR, Nurandini Wahyunda, Nur Darmayanti, A. Nurfatimah Akbar, Dea Novita Sari Akib kawan-kawan yang telah ikut serta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga dapat dilaksanakan dengan baik dan lancer. Tidak lupa pula penulis mengucapkan ucapan terimakasih kepada P3M STIEM Bongaya Makassar dan Pemerintahan Kecamatan Pattallassang, Kabupaten Gowa serta seluruh aparatur Desa Timbuseng yang sudah memberikan dukungan penuh kepada kami sehingga terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, V. P., Yudhistira, R., & Sutopo, W. (2018). Analisis nilai tambah pengolahan ikan lemuru menggunakan metode Hayami. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 17(1), 56-6. <https://doi.org/10.23917/jiti.v17i1.5611>
- Aliputty, A. C., Leiwakabessy, F., & Pattipeilohy, M. (2020). Uji Kualitas Organoleptik Dan Kadar Serat Pada Produk Pangan Jelly Drink Berbahan Dasar Buah Aren (*Arenga pinnata Merr*) Serta Implikasinya Pada Masyarakat Taniwel. *BIOPENDIX: Jurnal Biologi, Pendidikan dan Terapan*,

- 6(2), 62-67.
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., Aini, Q., Islam, U., Syarif, N., & Jakarta, H. (2019). Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan Efektivitas Pemasaran. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34-42.
- Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah. *BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 16-34.,
- Harisudin, M., Setyowati, N., Adi, R. K., Rara, R., & Qonita, A. (2020). Inovasi Bisnis : Upaya Adaptasi UKM Werkudoro di Era Adaptasi Kebiasaan Baru Business Innovation : Adaptation Efforts of SMEs Werkudoro in the New Normal Era. *1(2)*, 81–88.
- Mulyanie, E., & Romdani, A. (2018). Pohon aren sebagai tanaman fungsi konservasi. *Jurnal Geografi: Media Informasi Pengembangan dan Profesi Kegeografian*, 14(2), 11-17.
- Nugrahini, T. (2018). Pemanfaatan Buah Kolang Kaling Dari Hasil Perkebunan Sebagai Pangan Fungsional. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 2(1), 27-30.
- Said, A. A. (2015). Mendesain Logo. *Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*. 1–10.
- Sari, S. P. (2020). Strategi meningkatkan penjualan di era digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.
- Sjahrudin, H., Djaya, S., Mawarni, A., Pratiwi, D. A., & Mangasi, P. R. (2022). Pemanfaatan Ubi Kayu Sebagai Bahan Baku Tepung Mocaf Dalam Meningkatkan Nilai Tambah Ekonomi di Desa Pacellekang. *Surya Abdimas*, 6(1), 42-48.
- Sugandi, M. K., Aripin, I., & Mu'minah, I. H. (2020). Pelatihan Entrepreneurship Melalui Pembuatan Selai Kolavsa (Kolang-Kaling Varian Rasa) Di Desa Sagara Kecamatan Argapura. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 165–174. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i3.314>.
- Yolanda, Y., & Febriyanti. (2021). Pengaruh Pemberian Kolang Kaling Terhadap Penurunan Skala Nyeri Rematik Pada Lansia. *Jurnal Menara Medika*, 3(2), 135–142. <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menamedika/index>
- Yuniarti, K. N. (2020). Diversifikasi Produk Olahan Kolang Kaling Dan Kelakai Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Sekitar Lahan Basah. In *Pro Sejahtera (Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat) Vol. 2 (1)*. 87-91,